

**31 - 01 | 2026****O EMPREENDEDORISMO EMPRESARIAL FEMININO: CARACTERÍSTICAS, MOTIVAÇÕES E DESAFIOS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DO LUENA (MOXICO, ANGOLA)****Female Entrepreneurship: characteristics, motivations and challenges of women entrepreneurs in the city of Luena (Moxico, Angola)****Iniciativa empresarial feminina: características, motivaciones y retos de las mujeres empresarias de la ciudad de Luena (Moxico, Angola)****Bendito Muhusso¹**

¹ Mestre em Política Económica e Desenvolvimento e Doutorando em Políticas Públicas; ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa; Centro de Investigação Científica do Instituto Superior Politécnico Walinga do Moxico, Angola. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1563-5349>. E-mail: benditogui@gmail.com

Autor para correspondência: benditogui@mail.com

Data de recepção: 25-06-2025

Data de aceitação: 01-07-2025

Data da Publicação: 31-01-2026

Como citar este artigo: Muhusso, B. (2026). *O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)*. ALBA – ISFIC Research and Science Journal, 2(10), pp. 184-203. <https://alba.ac.mz/index.php/alba/issue/view/14>.

RESUMO

O presente artigo aborda sobre o empreendedorismo empresarial na perspectiva feminina e tem como objetivos conhecer as características e identificar as motivações e os desafios que enfrentam as mulheres empreendedoras da cidade do Luena. O estudo é descritivo e adota as abordagens quantitativa e qualitativa, tendo sido aplicado questionário online, de perguntas fechadas e abertas, a 41 mulheres que exercem alguma actividade comercial no Luena. Os resultados evidenciam que as empreendedoras inquiridas são mulheres escolarizadas, todas com ou em formação superior, quase metade (46,3%) casada e restante solteira (53,7%). São mais motivadas pela «realização do sonho do negócio próprio» (85,4%), «autonomia financeira» (75,6%),

«reforço do orçamento familiar» (68,3%) e «escassez de oportunidade de emprego» (56,1%), e assume-se, por isso, como «empreendedorismo por necessidade». Os principais desafios enfrentados para começar o negócio são a «insuficiência de recursos próprios» (56,1%), a «dificuldade de acesso ao financiamento bancário» (82,9%), o «pouco apoio do governo» (70,7%) e a «falta infra-estrutura comercial» (63,4%). Em relação à gestão do negócio, os maiores desafios consistem na «dificuldade de conciliar o trabalho com as responsabilidades familiares» (46,3%), sobretudo para as casadas, e «o custo de aquisição das mercadorias e das matérias-primas» (80,5%). Trata-se de um estudo científico pioneiro neste âmbito e contexto e, devido à sua relevância, tem o potencial de incitar e contribuir no fortalecimento do debate sobre



«empreendedorismo empresarial feminino» e servir de referência para estudos futuros, bem como apoiar as decisões do governo local no âmbito de políticas de fomento do empreendedorismo baseadas em evidências.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Motivações em empreender; Desafios do empreendedorismo.

ABSTRACT

This article addresses business entrepreneurship from a female perspective, with the aim of understanding the characteristics and identifying the motivations and challenges faced by female entrepreneurs in the city of Luena. The study is descriptive and adopts quantitative and qualitative approaches, using an online questionnaire with closed and open questions, which was administered to 41 women who are engaged in some commercial activity in Luena. The results show that the women entrepreneurs surveyed are educated, all with higher education or currently enrolled in higher education, almost half (46.3%) married and the rest single (53.7%). They are more motivated by “realizing the dream of owning their own business” (85.4%), “financial independence” (75.6%), “supplementing the family budget” (68.3%), and “lack of employment opportunities” (56.1%), and therefore consider themselves “entrepreneurs out of necessity.” The main challenges they face in starting their business are “insufficient resources” (56.1%), “difficulty in accessing bank financing” (82.9%), “little government support” (70.7%), and “lack of commercial infrastructure” (63%); in relation to business management, the greatest challenges are “difficulty in reconciling work with family responsibilities” (46.3%), especially for married women, and “the cost of purchasing goods and raw materials” (80.5%). This is a pioneering scientific study in this field and context and, due to its relevance, has the potential to stimulate and contribute to the debate on “female entrepreneurship” and serve as a reference for future studies, as well as supporting

local government decisions on evidence-based entrepreneurship promotion policies.

Keywords: Female entrepreneurship; Motivations for entrepreneurship; Entrepreneurial challenges.

RESUMEN

El presente artículo aborda el emprendimiento empresarial desde la perspectiva femenina y tiene como objetivo conocer las características e identificar las motivaciones y los retos a los que se enfrentan las mujeres emprendedoras de la ciudad de Luena. El estudio es descriptivo y adopta enfoques cuantitativos y cualitativos, habiéndose aplicado un cuestionario en línea, con preguntas cerradas y abiertas, a 41 mujeres que ejercen alguna actividad comercial en Luena. Los resultados evidencian que las emprendedoras encuestadas son mujeres con estudios, todas con formación superior o en curso, casi la mitad (46,3 %) casadas y el resto solteras (53,7 %). Están más motivadas por «la realización del sueño de tener un negocio propio» (85,4%), «la autonomía financiera» (75,6%), «el refuerzo del presupuesto familiar» (68,3%) y «la escasez de oportunidades de empleo» (56,1%), por lo que se considera «emprendimiento por necesidad». Los principales retos a los que se enfrentan para poner en marcha su negocio son la «insuficiencia de recursos propios» (56,1%), la «dificultad de acceso a la financiación bancaria» (82,9%), el «escaso apoyo del Gobierno» (70,7%) y la «falta de infraestructuras comerciales» (63,4%); en relación con la gestión del negocio, los mayores retos son la «dificultad para conciliar el trabajo con las responsabilidades familiares» (46,3%), sobre todo para las mujeres casadas, y «el coste de adquisición de los productos y las materias primas» (80,5%). Se trata de un estudio científico pionero en este ámbito y contexto y, debido a su relevancia, tiene el potencial de impulsar y contribuir al fortalecimiento del debate sobre el «emprendimiento empresarial femenino» y servir de referencia para futuros estudios, así como apoyar las decisiones del gobierno local en el

Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)

ámbito de las políticas de fomento del emprendimiento basadas en la evidencia.

Palabras clave: Espíritu empresarial femenino; Motivaciones para el espíritu empresarial; Retos del espíritu empresarial.

Contribuição de autoria: Concepção da ideia, pesquisa e revisão de literatura, preparação e aplicação de instrumentos, recolha e compilação da informação resultante dos instrumentos, análise estatística, preparação de tabelas, gráficos e imagens, preparação da base de dados, aconselhamento geral sobre o tema abordado, redação do original (primeira versão), revisão e versão final do artigo, correção do artigo, coordenação da autoria, tradução de termos ou informações obtidas, revisão da aplicação do padrão bibliográfico aplicado.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo não é uma actividade recente, e “em termos epistemológicos, tem origem francesa nos séculos XVI e XVII, no verbo «*entreprendre*» (entre +. *prendre*), que significa empreender, fazer, tentar e experimentar, ou seja, estar no mercado entre fornecedor e consumidor” (Rosa, 2018). No mundo dos negócios, empreender é arriscar recursos escassos para, num ambiente de riscos e incertezas, desenvolver e disponibilizar de forma criativa e inovador um produto que seja capaz de atender a demanda, satisfazer as expectativas e criar valor para os consumidores e a sociedade e, deste modo, garantir retornos de forma sustentável para o empreendedor.

O empreendedorismo empresarial feminino é hoje um mecanismo de empoderamento das mulheres, um instrumento de promoção da inclusão e da igualdade de género no sector produtivo e no mercado de trabalho, actuando como uma mola impulsora do desenvolvimento socioeconómico, sobretudo

nas economias em via de desenvolvimento. Contudo, a abordagem do empreendedorismo feminino no campo científico atrai atenções de muitos investigadores para diversas dimensões de análise, nomeadamente, as características sociodemográficas das mulheres empreendedoras, o tipo do negócio do ponto de vista da sua finalidade, as motivações que levam as mulheres a empreender e os principais desafios por elas enfrentados, quer na criação, quer na gestão e no funcionamento do negócio. Vários estudos evidenciam que maior parte das mulheres que parte para o empreendedorismo caracteriza-se como escolarizadas, geralmente com a formação superior concluída ou em curso, são geralmente casadas e com idade média entre 25 e 35 anos, cuja fonte de financiamento para o início da actividade são recursos próprios (Coleti et al., 2021; Kai & Queiroz, 2022; Silva et al., 2016).

As mulheres são motivadas para o empreendedorismo por várias razões. A independência financeira, a escassez de oportunidade de emprego no mercado de trabalho, a autorrealização pessoal, a oportunidade de negócio e a demanda do mercado são os principais motivos (Coleti et al., 2021; Jonathan, 2011). Mas, por outro lado, enfrentam grandes desafios antes e durante a actividade comercial, nomeadamente, o preconceito pelo facto de ser mulher, a escassez de recursos próprios e de financiamento bancário, a dificuldade de conciliar a vida profissional e as responsabilidades domésticas, entre outros, conforme Hilson et al. (2018), Santos et al. (2020) e Oliveira et al. (2022).

O presente estudo tem como objectivos conhecer as características e identificar as

motivações e os desafios que enfrentam as mulheres empreendedoras da cidade do Luena. Para este fim, foram colocadas as seguintes questões norteadas: i) como se caracterizam as mulheres empreendedoras da cidade do Luena? ii) o que as motiva a empreender? iii) que desafios enfrentam na criação e durante a gestão do negócio?

Do ponto de vista da estrutura, o artigo está dividido em cinco secções, incluindo a da introdução. Na secção 2, descrevem-se os métodos de abordagem e os instrumentos utilizados na recolha e análise de dados do presente estudo. A sessão 3 apresenta o estado da arte do tema em abordagem, compreendendo a conceptualização do empreendedorismo e o papel da mulher empreendedora na economia, as motivações para o empreendedorismo feminino e os desafios que as mulheres enfrentam ao criar e ao gerir o negócio. Quanto à secção 4, foi dedicada para apresentar os principais resultados da investigação, começando pela caracterização das empreendedoras e do negócio, terminando pela apresentação dos resultados relativos às motivações e os desafios que enfrentam. Finalmente, na última secção, apresentam-se das conclusões.

ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

Abordagem

A pesquisa é de natureza descritiva e adota as abordagens quantitativa e qualitativa. Descritiva por apresentar objectivamente as características das mulheres empreendedoras no contexto da cidade do Luena, identificando as suas motivações e desafios, conforme sugere Gil (2002). Quantitativamente, as características das empreendedoras são apresentadas em

variáveis mensuráveis (numericamente), ao passo que, do ponto de vista qualitativo, o artigo explora aspectos subjectivos das empreendedoras, relativos às suas percepções e aos seus depoimentos sobre as motivações e os desafios que enfrentam no processo das suas iniciativas e do exercício empreendedor. *População, amostra, procedimentos e instrumentos de recolha e análise de dados*

Participaram do estudo 41 mulheres da cidade do Luena, que, especificamente, exercem alguma actividade comercial, com idade a partir dos 17 anos e todas escolarizadas, dentre elas casadas e solteiras. Adotamos a amostragem não probabilística por conveniência, considerando a acessibilidade e a disponibilidade das empreendedoras de participar no inquérito – por este facto, os resultados não são generalizados para a maioria das mulheres empreendedoras que não participaram do presente estudo. Na sua maioria, foram identificadas a partir do Facebook, através dos *flyers* publicitários dos seus negócios publicados nos seus perfis e páginas; umas, já são conhecidas por contactos em contextos profissionais e outras, por indicação das empreendedoras primariamente identificadas e contactadas. Importa realçar que a amostra não é representativa e, como tal, é preciso uma certa ponderação na generalização dos resultados e conclusões do presente estudo.

Antes de responderem às questões do questionário, foram observadas as questões éticas, tendo sido informadas sobre o objectivo principal do inquérito, esclarecidas sobre a finalidade do uso dos dados por elas fornecidas, que é exclusivamente científica, e a importância da sua participação no estudo, que pretende contribuir na produção de um conhecimento científico que reflita as

Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)

características específicas do empreendedorismo à luz do contexto local, bem como servir de referência para apoiar as decisões governamentais relativas às políticas de fomento ao empreendedorismo no Moxico.

Para a recolha de dados, foi aplicado um questionário com perguntas fechadas e abertas, no formato *online* pela plataforma *Google Forms*, enviado por *WhatsApp* a cada empreendedora que aceitou participar. Para os dados quantitativos, foi feita a análise estatística simples, com apresentação de frequências absoluta e relativa em gráficos e tabelas, tratados com recurso à ferramenta *Excel* do pacote *MS Office*. Em relação aos dados qualitativos, foi adotada a técnica *análise de narrativa* para interpretar os depoimentos das empreendedoras. Esta técnica, segundo Moutinho & Conti (2016), Bastos & Biar (2015) e Mishler (1991), baseia-se nas histórias contadas pelos entrevistados sobre a realidade vivida por eles em contextos institucionais ou quotidianos.

REVISÃO DA LITERATURA

Na presente secção, pretende-se situar o estado da arte assentado em três aspectos: o empreendedorismo e a participação das mulheres na economia, fazendo um breve enquadramento conceptual, as motivações e os desafios das mulheres no desenvolvimento do empreendedorismo empresarial.

O Empreendedorismo e Participação das Mulheres na Economia

Na literatura, não há consenso quanto à definição do conceito «empreendedorismo», considerando o contexto e a perspectiva teórica em que o debate se insere, podendo ser abordado na perspectiva empresarial, social

ou cultural (Jonathan, 2011). Entretanto, existem elementos de convergência: *a)* a criatividade e a inovação; *b)* o risco e a incerteza; *c)* o empreendedor e *d)* a apresentação de solução prática capaz de resolver problemas que podem trazer benefícios tanto para o empreendedor como para a sociedade (Casson et al., 2010; Greene, 2020; Hisrich & Peters, 2002). A partir destes elementos é possível abstrair variáveis e indicadores para operacionalizar o conceito. No campo empresarial, o empreendedorismo compreende o exercício criativo e inovador de desenvolver, num contexto de incertezas e riscos, uma certa actividade económica que tem como objectivo oferecer um produto para o mercado e criar valor para o promotor e para os seus consumidores. Desenvolver tal actividade pressupõe que o empreendedor seja uma pessoa visionária, persistente e capaz de perceber (ou criar) as demandas do mercado, identificar oportunidade de negócio e criar soluções para satisfazer as expectativas do seu público-alvo (Oliveira et al., 2022). Para Schumper (1934) e Kirzner (1973, *apud* Greene, 2020, p. 7), um empreendedor é um inovador que introduz produtos, serviços ou processos radicalmente novos no mercado, ou um indivíduo que traz mudanças incrementais ao mercado.

Desenvolver um negócio é uma actividade abrangente quanto ao género, mas o envolvimento massivo das mulheres no empreendedorismo empresarial começa a ganhar força nas últimas décadas e tem vindo a reforçar o debate sobre a igualdade de género, o empoderamento feminino e a sua contribuição no desenvolvimento económico e na redução da pobreza (Coleti et al., 2021; Jonathan, 2011). Na «Agenda 2030», por exemplo, a ONU estabelece no Objectivo 5,

garantir a “participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública” (ONU, 2015, p. 24). Isso tem vindo a motivar o engajamento das mulheres e a chamar atenção dos governos para a formulação e implementação de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo que privilegie as mulheres.

No contexto angolano, as mulheres têm vindo a destacar-se no empreendedorismo empresarial sem precedentes. Em 2022, segundo relatório do GEM-Angola (2024), Angola registou uma taxa de actividade empreendedora de 55,8% para as mulheres, contra 50,8% para os homens. Isso evidencia de forma clara a participação das mulheres no processo do crescimento económico, criando oportunidades de emprego e contribuindo no combate à pobreza, sobretudo nos países em via de desenvolvimento (Alomar, 2023), como é caso de Angola.

As motivações para empreendedorismo feminino

O envolvimento das mulheres no desenvolvimento do empreendedorismo empresarial pode ser explicado por várias razões, sejam elas económicas, profissionais, pessoais ou familiares. Os trabalhos de Coleti *et al.* (2021), Santos *et al.* (2020), GEM-Angola (2024) e Greene (2020), por exemplo, apontam a independência/autonomia/reforço financeiro, a autorrealização, a falta de oportunidade de emprego, a exploração de uma oportunidade de negócio e a flexibilidade do horário como principais factores que motivam as mulheres para o empreendedorismo empresarial. Na perspectiva profissional, por exemplo, as

mulheres enfrentam muitas dificuldades de inserção e permanência no mercado de trabalho, quer seja por situações de preconceito e discriminação atrelados à maternidade, quer seja por dificuldade de conciliar as tarefas domésticas com o trabalho por conta de outrem, por isso, uma das formas de contornar esse obstáculo é o desenvolvimento do próprio negócio (GEM-Angola, 2024; Lucas & Ancelmo, 2022).

Financeiramente, as razões que motivam a criação de negócios para a conquista da independência/autonomia ou do reforço financeiro podem ser explicadas pela desigualdade de salários no mercado de trabalho e, por outro lado, pelas necessidades pessoais e familiares (Silva *et al.*, 2016). Face a isso, as mulheres sentem a necessidade de reforçar as suas finanças, recorrendo à criação de negócio próprio. Do ponto de vista pessoal, as mulheres buscam com o empreendedorismo empresarial a autorrealização e autonomia de gestão. Greene (2020) e Coleti *et al.* (2021) apresentam nos seus trabalhos algumas razões motivacionais que levaram as mulheres a se tornarem empreendedoras, a autorrealização pessoal destaca-se como a principal, pois apresenta o percentual de mais de 60%.

Do ponto de vista económico, certas mulheres são motivadas a empreender pela vontade de contribuir no crescimento económico, através da oferta de bens e serviços, na redução do desemprego e da exclusão social através da criação de postos de trabalhos e no combate à pobreza e à privação material, através da geração do rendimento (por meio do pagamento de remunerações). Portanto, o empreendedorismo feminino representa um

Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)

potencial mecanismo no desenvolvimento económico, sobretudo, das economias em via de desenvolvimento (Al-Qahtani *et al.*, 2022; GEM, 2022; Gulvira *et al.*, 2024), daí a razão de atrair mulheres para a criação de negócios sustentáveis.

Os desafios das mulheres no empreendedorismo

Desenvolver uma actividade comercial é um desafio para quem escolhe entrar no mundo de negócios nos tempos actuais, sobretudo para as mulheres, dadas determinadas características que lhes são peculiares, como é o caso da maternidade, da gestão do lar e do preconceito a que estão sujeitas por serem simplesmente mulheres, sobretudo em contextos africanos, cujo quadro cultural privilegia o patriarcado e o papel da mulher é reduzido a tarefas domésticas e à subserviência patriarcal.

Dos imensos desafios que os empreendedores enfrentam, a literatura destaca com maior realce a dificuldade no acesso ao financiamento, a conciliação entre vida profissional e a familiar, a falta/ o pouco apoio do governo e o preconceito de que são alvo (Coleti *et al.*, 2021; GEM-Angola, 2024; Hilson *et al.*, 2018; Kai & Queiroz, 2022; Teixeira & Bomfim, 2016).

Para quem estiver a começar e sem recursos próprios, o empréstimo bancário pode ser considerado a melhor opção de financiamento do negócio, mas o seu acesso é condicionado a um preço (a taxa de juros) e um conjunto de requisitos que a maior parte dos empreendedores não consegue atender, como é o caso das demonstrações financeiras (para quem já exerce a actividade comercial), o plano de negócio ou estudo de viabilidade

económico-financeira do projecto e as garantias reais (imóveis e bens de alto valor), que muitos jovens que possui excelentes ideias de negócio não dispõem. Diante desse obstáculo, o apoio do governo é uma alternativa, entretanto, os mecanismos de acesso chegam a ser excessivamente burocráticos e com restrições na divulgação de informação sobre a existência de instrumentos políticos de apoio ao empreendedorismo (Troco, 2018), por um lado, e fraca rede de apoio por parte dos empreendedores, por outro lado.

Para uma mulher, sobretudo casada, conciliar a vida profissional, os deveres domésticos/familiares e os cuidados/interesses pessoais, não é um exercício simples (Coleti *et al.*, 2021), pois exige repartir o tempo entre as responsabilidades familiares e a gestão do negócio. Os estudos realizados por Teixeira & Bomfim (2016) e Silva *et al.* (2016) evidenciam que as mulheres empreendedoras dedicam muito tempo à empresa, pouco à família e quase nenhum à sua própria via pessoal, o que gera conflitos de papel e prejudica, até certo ponto, o acompanhamento dos filhos nas tarefas escolares e o cuidar da família.

O preconceito e a discriminação de género é outro desafio que as mulheres enfrentam no desenvolvimento do empreendedorismo (Kai & Queiroz, 2022; Oliveira *et al.*, 2022). Isso porque em sociedades patriarcais, como é o contexto de alguns países africanos, sobretudo, em que os homens gozam de privilégios desproporcionalmente maior do poder social, económico e político em relação às mulheres – porquanto, para estas, reserva-se com maior ênfase as tarefas domésticas e a

maternidade –, a presença da mulher no campo do empreendedorismo é questionada do ponto de vista das competências técnicas quanto à gestão e é vista com suspensões e chances de o negócio vir a falir com facilidade e maior elasticidade.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Caracterização das empreendedoras

Os dados apresentados na tabela 1 descrevem as principais características sociodemográficas das mulheres empreendedoras da cidade do Luena. Participaram do estudo 41 mulheres, que exercem alguma actividade comercial, com idade a partir dos 17 anos e todas escolarizadas.

TABELA 11. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DO LUENA

Variável	Categorias	Freq.	%
Idade	17 a 24 anos	8	19,5%
	25 a 34 anos	24	58,5%
	35 a 44 anos	9	22,0%
	45 ou mais anos	0	0,0%
	Total	41	100%
Estado civil	Casada	19	46,3%
	Solteira, vive sozinha	9	22,0%
	Solteira, vive c/ parentes	13	31,7%
	Total	41	100%
Nível de escolaridade	Iº Ciclo	0	0,0%
	IIº Ciclo	0	0,0%
	Licenciatura	40	97,6%
	Mestrado	1	2,4%
	Doutoramento	0	0,0%
	Total	41	100%
Fontes de rendimento alternativas ao negócio	Sim	30	73,2%
	Não	11	26,8%
	Total	41	100%
formação em empreendedorismo ou gestão de negócios	Sim	32	78,0%
	Não	9	22,0%
	Total	41	100%

Fonte: dados do inquérito

Ao analisar as suas características, é possível observar que as empreendedoras inquiridas no Luena são na sua maioria mulheres jovens, com idade compreendida entre 17 a 34 anos, sendo o grupo etário de 25-34 anos de idade o mais expressivo (58,5%). Quase metade (46,3%) das empreendedoras são casadas e a

maioria (53,7%) é solteira. Para as casadas, o peso das suas responsabilidades aumenta à medida que têm de conciliar as tarefas domésticas e as responsabilidades da gestão do lar com as actividades laborais, conforme observam Jonathan (2011), Silva *et al.* (2016) e Teixeira & Bomfim (2016). Mas, ao mesmo

Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)

tempo, aumentam suas capacidades de recursos económicos, que podem contribuir no orçamento familiar e na sua autorrealização. Em termos de escolaridade, todas as empreendedoras (100%) que participaram do estudo possuem ou estão a frequentar o ensino superior, o que pressupõe, à partida, terem literacia e conhecimento para criar e gerir o negócio.

A outra característica observada nas empreendedoras inquiridas tem a ver com as fontes de rendimento alternativas a do negócio. Das respostas obtidas, 73,2% não dependem exclusivamente no negócio, possuem outras fontes de renda, trabalham na administração pública, professoras na sua maioria, e apenas 26,8% dependem exclusivamente dos seus negócios. Para as empreendedoras que possuem fontes alternativas de rendimento, conforme observa Coleti *et al.* (2021), usam os recursos financeiros destas fontes para financiar os seus próprios negócios, contornando assim compromissos de endividamento externo.

Finalmente, foi verificado também uma outra característica: a “formação em empreendedorismo ou gestão de negócios” para gerir o empreendimento. Os resultados evidenciam que 78% das empreendedoras possuem a referida formação, o que pode significar que elas possuem competências técnicas e ferramentas profissionais que as habilita na adoção e na melhoria das práticas de gestão e organização empresariais, refletindo no aumento da produtividade e da sustentabilidade operacional do negócio (Bruhn & Zia, 2013; Chinen et al., 2017; Pereyra et al., 2021)

Características do Negócio

Em relação ao negócio desenvolvido pelas mulheres empreendedoras inquiridas no Luena, pode ser caracterizado em várias dimensões, nomeadamente, a área de negócio, a fonte de financiamento do negócio, a formalidade do negócio, o local e a propriedade do espaço onde é desenvolvido o negócio ou comercializado o produto, conforme se observa na tabela 2.

TABELA 12. CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

Dimensão	Categorias	Freq.	%
Área de negócio	Serviço de restauração e bar	1	2,4%
	Serviço de beleza e estética	9	22,0%
	Venda de vestuário, calçado e acessórios	12	29,3%
	Venda de produtos de beleza e estética	4	9,8%
	Venda de produtos alimentares diversos	1	2,4%
	Serviço de pastelaria/bufê/decoração	11	26,8%
	Outras áreas de negócio (táxi, mel e carvão)	3	7,3%
	Total	41	100%
Fonte de financiamento/apoio do negócio	Recursos próprios	36	87,8%
	Empréstimo bancário	2	4,9%
	Apoio do governo	0	0,0%
	Outras fontes (família/amigos/colegas)	3	7,3%
	Total	41	100%
Situação formal do negócio	Formal	26	63,4%
	Informal	15	36,6%
	Total	41	100%
Local do negócio	Espaço físico	11	26,8%
	Online	12	29,3%
	Espaço físico e online	18	43,9%
	Total	41	100%
Propriedade do espaço físico (loja)	Próprio	14	42,4%
	Arrendado	19	57,6%
	Total	33	100%

Fonte: dados do inquérito

Os resultados obtidos evidenciam, quanto à área de negócio, que as empreendedoras inquiridas se dedicam mais a actividades peculiares às mulheres. A maioria dedica-se à «venda de vestuário, calçado e acessórios» (29,3%) e aos serviços de «pastelaria/bufê/decoração» (26,8%) e de «beleza e estética» (22%). Os negócios são quase todos financiados pelos recursos próprios (87,8%) e sem apoio do governo, o que pode significar que as políticas públicas de apoio ao empreendedorismo no Moxico não abrangem a maioria da juventude. Troco (2018) em seu trabalho «Política de apoio ao empreendedorismo em Angola: o caso da província do Moxico», afirma que “os instrumentos de política aplicados nesta

província não forneceram solidez nos apoios técnicos e/ou financeiros, o que impossibilita o surgimento de empreendedores” (p. 56).

Quanto à formalidade, 63,4% das empreendedoras inquiridas têm as suas actividades comerciais formalizadas, isto é, os seus negócios estão cadastrados em instituições como a Conservatória, o Instituto Nacional de Segurança (INSS) e a Administração Geral Tributária (AGT), e apenas 36,6% se encontram a exercer as suas actividades informalmente. A informalidade em Angola constitui das maiores preocupações do governo, conforme estabelecido no Plano de Desenvolvimento Nacional 2023-2027, pois quer vê-la

Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)

reconvertida para formal, com vista a contribuir no desenvolvimento socioeconómico. Entretanto, a motivação e a persistência das mulheres inquiridas em exercer as suas actividades informalmente, prende-se com a dificuldade de conseguir instalações comerciais para a exploração da actividade, seja próprio, seja para arrendamento, bem como o excesso de burocracia na legalização dos negócios; por outro lado, alega-se a carga tributária e a complexidade dos processos fiscais como empecilho, conforme depoimentos de algumas empreendedoras inquiridas:

“Como estou em fase experimental, organizando os recursos necessários para minha futura empresa por conta própria, dependo somente do capital que consigo com os meus clientes; outrossim, as taxas de impostos na AGT são muito altas e sem condições ainda de responder as leis, eis o motivo do negócio informal por minha parte” (Empreendedora 3); “As razões são: o excesso de burocracia na emissão dos documentos e a falta de informações claras sobre a importância destes documentos (...)” (Empreendedora 18); “Dificuldades no processo de legalização” (Empreendedora 23).

A **Empreendedora 27** destaca cinco razões motivadoras para manter o seu negócio na informalidade:

1) Custos elevados de formalização: As taxas, impostos e burocracias associadas à legalização do negócio representam um custo alto, especialmente no início, quando os lucros ainda são limitados; 2) Complexidade do processo: a falta de familiaridade com os trâmites legais e

a dificuldade em lidar com a papelada necessária para regularizar o negócio são obstáculos significativos; 3) Encargos inerentes à legalização: no estágio atual, não tenho condições de arcar com despesas como alvarás, certificados ou contribuições ao INSS; 4) Flexibilidade: a informalidade permite uma gestão mais flexível do negócio, sem a pressão de cumprir prazos e obrigações fiscais; 5) Contexto local: em minha região, muitos pequenos negócios operam de forma informal, o que acaba normalizando essa prática e reduzindo a urgência em regularizar a situação”.

Estudos feitos por Khavul *et al.* (2009) e Hilson *et al.* (2018) sobre o empreendedorismo e informalidade em África, também comprovam que as barreiras impostas pela burocracia para registar e licenciar adequadamente uma actividade comercial constituem desafios enfrentados pelos empreendedores.

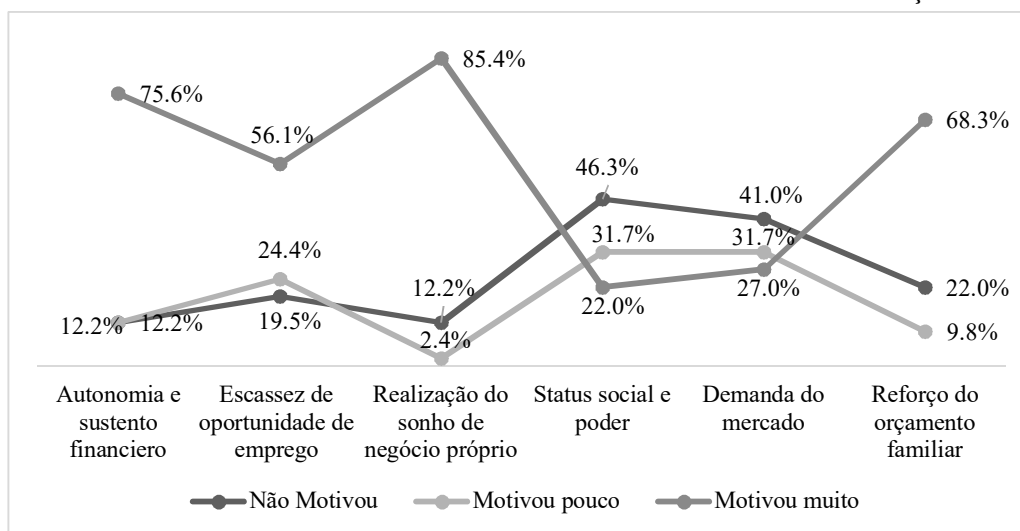
Motivação para empreender e o tipo do empreendedorismo

A iniciativa de empreender um negócio é motivada por imensas razões, sejam de factores intrínsecos ou de extrínsecos ao empreendedor, nomeadamente, a autorrealização pessoal e profissional, a autonomia ou independência financeira, o poder e o *status* social, a demanda manifestada pelos consumidores no mercado, o senso de apoiar ou contribuir no reforço do orçamento familiar, entre outros motivos (Greene, 2020; Jayawarna *et al.*, 2013; Jonathan, 2011).

A tabela 1 apresenta os resultados do estudo sobre as principais razões que motivam as mulheres empreendedoras inquiridas no Luena a enveredar no empreendedorismo. Com base à literatura, (Greene, 2020; Jayawarna *et al.*, 2013; Jonathan, 2011), foram identificadas e constituídas como

variáveis independentes de análise, com maior relevância, seis (6) razões de motivação, com três (3) níveis de motivação: «Não motivou», «Motivou pouco» e «Motivou muito», conforme o gráfico a seguir ilustra.

GRÁFICO 2. RAZÕES PARA EMPREENDER POR GRAU DE MOTIVAÇÃO



Fonte: dados do inquérito

De acordo com os resultados (tabela 1), a «realização do sonho de negócio próprio» (85,4%), a «autonomia e sustento financeiro» (75,6%), o «reforço do orçamento familiar» (68,3%) e a «escassez de oportunidade de emprego» (56,1%), são apontadas como as principais razões que muito motivaram as mulheres inquiridas na cidade do Luena a empreender. Estudos realizados por Coleti *et al.* (2021) e Santos *et al.* (2020), no contexto brasileiro, também comprovam que a realização pessoal e a independência financeira para o sustento próprio e familiar constituem as razões mais apontadas pelas mulheres para o empreendedorismo. Em relação à «escassez de oportunidade de emprego», é uma realidade no contexto angolano e do Moxico, em particular. Segundo o Inquérito de Emprego em Angola (IEA), de 2020 a 2021, do

Instituto Nacional de Estatística (INE), as mulheres com 15 ou mais anos de idade são as mais afetadas pelo desemprego (32,1%, 2020; 33,9%, 2021 e 31,3%, 2022) do que os homens (29,1%, 2020; 30,6%, 2021 e 28,9%, 2022) (INE-Angola, 2021, 2023a, 2023b). Por esse facto, e considerando as consequências do desemprego na pobreza, as mulheres são motivadas a criar negócios para o seu sustento.

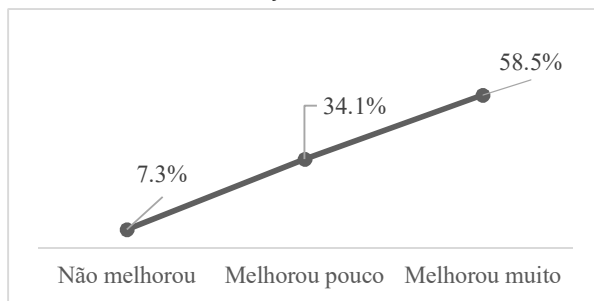
Por outro lado, verifica-se na tabela 1 que a maioria delas não empreende para granjear o «status social e o poder», nem por razões de «demanda do mercado». No contexto angolano, o estudo realizado pelo GEM-Angola (2024), “os empreendedores indicaram como motivação principal para criar um negócio «ganhar a vida, porque a oferta de emprego é escassa»” (p. 15). Daqui, é possível depreender que o tipo

Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)

(característica) do empreendedorismo praticado por essas mulheres, é «por necessidade», conforme observam Pereira *et al.* (2021) e Hilson *et al.* (2018). Isto é, para estes autores, este tipo de empreendedorismo é desenvolvido por pessoas que buscam o sustento para a sua própria sobrevivência e da sua família e, por outro lado, serve como alternativa à falta/escassez de emprego verificado no mercado de trabalho.

Brixiova (2010) e Pereira *et al.* (2021) afirmam que o empreendedorismo «por necessidade» é característico dos países africanos em via desenvolvimento e é parte da economia informal e serve para atenuar a pobreza e melhorar as condições de vida. No presente estudo, quando questionadas «até que ponto melhorou as suas condições de vida socioeconómica agora, comparando o antes e o depois da criação do seu negócio?», 58,9% das inquiridas afirmaram «melhorou muito», 34,1% «melhorou, mas pouco» e apenas 7,3% responderam não ter melhorado, tal como se verifica no gráfico 2 abaixo.

GRÁFICO 3. MELHORIA NA CONDIÇÃO VIDA APÓS A CRIAÇÃO DO NEGÓCIO



Fonte: dados do inquérito

Contudo, dada a fragilidade das economias em via de desenvolvimento ou subdesenvolvidas, nas quais o poder de compra é fraco, como é o caso de Angola e por extensão, do Moxico, mesmo com o empreendedorismo por necessidade, as

condições de vida não melhoram para todos. Uma das principais razões apontadas pelas mulheres cuja situação socioeconómica não melhorou mesmo após a criação do negócio, é o fraco poder compra do dinheiro, considerando a subida de preços dos principais produtos da cesta básica, conforme afirma a **Empreendedora 4**:

“Face à inflação, o meu lucro tem ido todo à matéria-prima, o meu público-alvo não tem uma renda estável para aderir aos preços tal como eu os pretenda, faço para ajustar-se ao bolso dos consumidores e não ao meu. Então, eis a razão que nada melhorou em relação à minha despesa do transporte, saúde e outros vem da renda dos progenitores”.

As **Empreendedoras 7 e 32** também partilham da opinião semelhante, quando dizem, respectivamente:

“Em relação a estas despesas – alimentação, transporte, habitação, saúde, etc. –, a minha situação tem sido de mais gastos, pois, não se consegue poupar melhor os rendimentos atendendo a inflação”.

“(…) ainda estamos vivendo dias difíceis no país, pois cada dia que passa principalmente os produtos da cesta básica tendem a subir mais de preços!”.

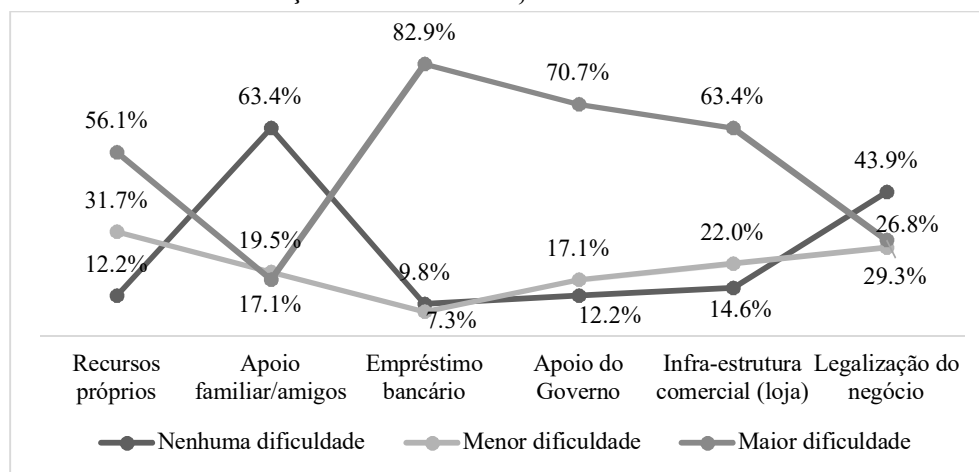
Desafios em empreender

A acção de empreender não é um exercício fácil, sobretudo em contextos de imensas diversidades socioculturais, que afectam objectiva e subjectivamente os hábitos de consumo e cuja economia apresenta “avarias” estruturais e constantes oscilações nas variáveis macroeconómicas. Num cenário

como este, os empreendedores deparam-se com uma série de desafios, quer seja no começo da actividade do negócio como em relação ao processo de gestão. O estudo sobre o empreendedorismo em Angola, realizado pelo GEM-Angola (2024), analisou 11 condições estruturas que influenciam a criação de negócios e se destacam como desafios, entre outros, o financiamento, as políticas/os programas governamentais de apoio às empresas e às infra-estruturas comerciais e de serviços.

Com base na literatura (Kai & Queiroz, 2022; Oliveira *et al.*, 2022; Santos *et al.*, 2020; Teixeira & Bomfim, 2016), identificamos e analisamos 10 indicadores que constituem desafios do empreendedorismo feminino no Luena, sendo 6 relacionados à criação do negócio e 4 à gestão. O gráfico 3 abaixo apresenta os resultados sobre os desafios enfrentados pelas empreendedoras no Luena na criação do negócio, sob a seguinte pergunta: “*Em relação à criação do negócio, quais dos desafios abaixo é enfrentado com nenhuma, menor ou maior dificuldade?*”.

GRÁFICO 4. DESAFIOS NA CRIAÇÃO DO NEGÓCIO, COM NENHUMA/MENOR/MAIOR DIFICULDADE



Fonte: dados do inquérito

Com excepção ao «apoio familiar/amigos» e à «legalização do negócio», que não constituem «nenhuma dificuldade» para a maioria (63,4% e 43,9%, respectivamente), todos os outros elementos representam os desafios com «maior dificuldade» das mulheres empreendedoras inquiridas para começar o negócio, sendo o «empréstimo bancário» (82,9%) e o «apoio do governo» (70,7%) com maior peso.

A dificuldade de acesso ao «empréstimo bancário» pelos empreendedores em Angola e no Moxico, em particular, pode ser explicada pelas taxas de juros praticadas pelos bancos e as garantias reais exigidas, que

não favorecem os empreendedores que pretendem iniciar o negócio (Savitaca, 2017). Por outro lado, existe ainda insuficiências na literacia contabilística, financeira e fiscal por parte dos empreendedores, constituindo-se numa limitação face aos requisitos exigidos para obtenção do empréstimo bancário, nomeadamente, a apresentação das demonstrações financeiras e de um plano de negócio tecnicamente bem estruturado e viável, embora 100% das empreendedoras inquiridas possuam o nível de escolaridade superior e a maioria (78%) tenha formação em empreendedorismo ou gestão de negócios (tabela 1).

Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)

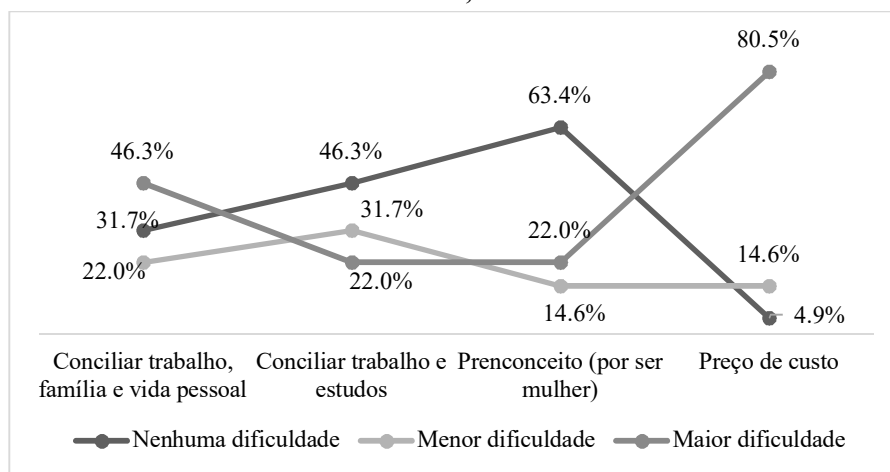
Uma outra hipótese, que pode explicar a maior dificuldade das empreendedoras no acesso ao crédito bancário, é a inadimplência dos empreendedores/empresários já apoiados. No contexto do Moxico, Troco (2018) observa que a limitação no financiamento “deveu-se ao fato de que os empreendedores beneficiados com financiamentos da primeira fase, não terem realizado os devidos reembolso dos valores, por falta de liquidez nos referidos negócios, levando a que os bancos cancelassem os financiamentos” (p. 36).

Quanto ao obstáculo «apoio do governo», apesar de existirem várias políticas públicas de apoio ao empreendedorismo, nomeadamente, os vários programas do Fundo de Garantia de Crédito, o aviso 10 do Banco Nacional de Angola, a Lei das Micro, Pequenas e Médias Empresas e os seus respectivos regulamentos, o Fundo Nacional de Emprego de Angola, entre outros, a maior

dificuldade apresentada pelas empreendedoras pode estar relacionada ao acesso à informação, a insuficiência de requisitos exigidos e o excesso à burocracia ou à carga processual. Em relação à «infra-estrutura comercial» como obstáculo ao iniciar o empreendedorismo, a maioria das inquiridas (29%) desenvolve seu negócio de forma *online* – vendas por encomenda, e para as (27%) que realizam vendas em um espaço físico (loja/salão de beleza/restauração), na sua maioria (72%) o fazem em espaço arrendado.

O gráfico a seguir (4), apresenta os resultados sobre os desafios enfrentados pelas empreendedoras no Luena na gestão e no funcionamento do negócio, sob a seguinte pergunta: “Em relação à gestão e ao funcionamento do negócio, quais dos desafios abaixo enfrentados com nenhuma, menor ou maior dificuldade?”.

GRÁFICO 5. DESAFIOS NA GESTÃO DO NEGÓCIO, COM NENHUMA/MENOR/MAIOR DIFICULDADE



Fonte: dados do inquérito

De acordo com os resultados, o preço de custo na aquisição das mercadorias e das matérias-primas (80,5%) e a conciliação do trabalho-família-vida pessoal (46,3%) são apontados

como os desafios com maior dificuldade que as empreendedoras inquiridas enfrentam.

Uma economia com alto índice de dolarização e dependente das exportações,

como é o caso de Angola, o aumento do custo de aquisição tem como causa a progressiva desvalorização da moeda nacional face ao dólar e ao euro, que se reflecte no aumento exponencial dos preços dos bens e serviços (Atlântico, 2024; Kaniaki, 2023). Adicionalmente, os agentes económicos suportam custos de transporte de mercadorias e das matérias-primas, e para quem desenvolve sua actividade no Moxico, o custo é ainda maior por causa da distância entre esta parcela do território e a capital (Luanda). Os depoimentos das empreendedoras inquiridas, apontam para estes desafios.

“A maior dificuldade é a oscilação dos produtos no mercado para a obtenção da matéria-prima” (Empreendedora 1); “Actualmente, a maior dificuldade está relacionada com a subida frequente dos produtos” (Empreendedor 24) e “com a importação de produtos” (Empreendedora 25).

“O aumento dos custos para a confeição de um bolo, tem sido muito desafiador em continuar nesta área, porém há uma paixão enorme que me mantém aqui, até porque nem tudo é feito pelo dinheiro, porém esse aumento de custos tem-me feito repensar até aonde chegarei com o negócio (...)” Empreendedora 3.

“O aumento do custo dos produtos também é uma das dificuldades enfrentadas até aos dias actuais, sendo que este factor está na base da redução da procura no nosso mercado, por estar aliado à falta do poder de compra das famílias”. Empreendedora 23; “Aumento do custo dos produtos, penso ser em função da localização geográfica da minha província.

Estamos a mais de mil kms da capital do país”. Empreendedora 35.

Em relação à «conciliação do trabalho-família-vida pessoal», vários estudos comprovam ser dos maiores desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, pois elas têm de repartir o tempo entre a gestão do negócio, as responsabilidades do lar e as tarefas da vida pessoal (Coleti *et al.*, 2021; Oliveira *et al.*, 2022; Rosa, 2018; Silva *et al.*, 2016; Teixeira & Bomfim, 2016). No presente estudo, algumas empreendedoras inquiridas expressam as dificuldades que enfrentam, conforme os depoimentos a seguir.

“Além da empresa que é gerida por mim, sou mãe, esposa e dona de casa e para toda e qualquer mulher é difícil conciliar, se bem que a mulher sabe como lidar com tudo, mas as vezes tenho dificuldades, e não consigo dar conta de tudo”. Empreendedora 26.

“Ser dona de casa (esposa e mãe) e trabalhar o tempo inteiro, é um desafio desgastante, principalmente numa fase desafiadora como a que estamos, onde a juventude se levantou para o mundo dos negócios activamente”. Empreendedora 32.

“O tempo é dividido entre negócio e família para equilibrar os lados, mais o meu maior desejo é dedicar maior tempo possível semanalmente à família”. Empreendedora 36; “Entro no serviço às 08h00 e não tenho horário certo de saída, e esta questão atrapalha o meu negócio e o desejo de estar com a família” Empreendedora 30.

Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação teve como objectivos conhecer as características e identificar as motivações e os desafios que enfrentam as mulheres empreendedoras da cidade do Luena. Dos resultados obtidos, foi possível notar que as mulheres empreendedoras inquiridas têm, na sua maioria, idade compreendida entre 25 e 34 anos de idade, são casadas e solteiras, escolarizadas – com a formação superior concluída ou em curso –, e possuem formação em empreendedorismo ou em gestão de negócios. Verificou-se também que a maioria financiou seu negócio com recursos próprios, poucas com o empréstimo bancário e ninguém teve apoio do governo, situação que deve preocupar as entidades governamentais locais para o reforço dos mecanismos de divulgação e de acesso à informação sobre os principais instrumentos e políticas de apoio ao empreendedorismo jovem.

As empreendedoras são mais motivadas pela «realização do sonho de negócio próprio», pela «autonomia e sustento financeiro», pelo «reforço do orçamento familiar» e pela «escassez de oportunidade de emprego». Diante disso, assume-se que o tipo do empreendedorismo praticado pelas mulheres inquiridas no Luena é o «empreendedorismo por necessidade» (Hilson *et al.*, 2018; Pereira *et al.*, 2021). Quanto aos desafios, no início do negócio, enfrentam os relativos à insuficiência de recursos próprios, à dificuldade de acesso ao financiamento bancário, ao apoio do governo e à infraestrutura comercial, o que incentiva o comércio *online* e, para as poucas que possuem instalações físicas, na sua maioria é arrendada – isso tem implicações na estrutura de custos. À gestão do negócio, os maiores

desafios são a dificuldade de conciliar o trabalho com as responsabilidades familiares, sobretudo para as casadas, e o custo de aquisição das mercadorias e das matérias-primas. É um esforço considerável e se reconhece, por isso, o papel da mulher no crescimento da economia, na criação de postos de trabalho e no combate à pobreza e à privação material, mas se deve alertar sobre implicações que isso pode ter no convívio familiar e na educação dos filhos, dada a pressão das responsabilidades laborais e a gestão de tempo.

Trata-se de um estudo científico pioneiro que aborda o empreendedorismo na perspectiva feminina no contexto do Luena, por isso, a sua relevância justifica-se pelo potencial contributo ao debate nessa matéria e referência para estudos futuros e apoio às decisões do governo local no âmbito de políticas de fomento do empreendedorismo, considerando as razões que motivam e os factores que influenciam negativamente no desenvolvimento do empreendedorismo no Luena.

Como sugestão para estudos futuros, recomenda-se abranger a investigação a mais municípios da Província do Moxico, com uma população que inclua também os homens e com uma amostra mais representativa, reforçando o quadro metodológico que adopte a entrevista como instrumento de recolha de dados para captar mais depoimentos, percepções e experiências profissionais dos empreendedores, com vista a robustecer os resultados e o respectivo quadro analítico.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alomar, J. A. (2023). Assessing Factors Influencing Female Entrepreneurship Intentions and Behaviour. *FIIB Business Review*, 1–19. <https://doi.org/10.1177/23197145221146348>
- Al-Qahtani, M., Zguir, M. F., Ari, I., & Koç, M. (2022). Female Entrepreneurship for Sustainable Economy and Development—Challenges, Drivers, and Suggested Policies for Resource-Rich Countries. *Sustainability*, 14(20), 13412. <https://doi.org/10.3390/su142013412>
- Oliveira, B. A. de, Paiva, V. V. de, & Ramos, A. C. S. (2022). Empreendedorismo feminino. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 10(2), 30–47. <https://doi.org/10.32888/cge.v10i2.55109>
- Atlântico, B. M. (2024). *Atlântico Economic Outlook 2024: recuperação económica face aos desafios e às incertezas geopolíticas*. <https://www.atlantico.ao/media/yjypwtxn/atlantico-economic-outlook-2024-41.pdf>
- Bastos, L. C., & Biar, L. de A. (2015). Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social. *DELTA: Documentação e Estudos Em Linguística Teórica e Aplicada*, 31(4), 97–126. <https://revistas.pucsp.br/index.php/delta/article/view/22221>
- Brixiova, Z. (2010). Unlocking Productive Entrepreneurship in Africa's Least Developed Countries*. *African Development Review*, 22(3), 440–451. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8268.2010.00255.x>
- Bruhn, M., & Zia, B. (2013). Stimulating managerial capital in emerging markets: the impact of business training for young entrepreneurs. *Journal of Development Effectiveness*, 5(2), 232–266. <https://doi.org/10.1080/19439342.2013.780090>
- Casson, M., Buckley, P. J., Dark, K., Giusta, M. Della, Godley, A., & Gulamhussen, M. A. (2010). *Entrepreneurship: Theory, Networks, History*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781849805155>
- Chinen, M., de Hoop, T., Alcázar, L., Balarin, M., & Sennett, J. (2017). Vocational and business training to improve women's labour market outcomes in low- and middle-income countries: a systematic review. *Campbell Systematic Reviews*, 13(1), 1–195. <https://doi.org/10.4073/csr.2017.16>
- Coleti, J. de C., Silva, J., & Silva Morais, L. (2021). Empreendedorismo feminino. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 9(2), 25–44. <https://doi.org/10.32888/cge.v9i2.50171>
- GEM. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/22 Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity*. <https://www.gemconsortium.org/report>
- GEM-Angola. (2024). *Estudo sobre o Empreendedorismo Angola 2022/2023*. https://web2.spi.pt/GemAngola/gem_2022.php
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4th ed.). Atlas.
- Greene, F. J. (2020). *Entrepreneurship: theory and practice*. Red Globe Press.
- Gulvira, A., Ainash, M., Sagynysh, M., Meiramgul, A., & Aliya, K. (2024). The Impact of Female Entrepreneurship on Economic Growth in Developing and Developed Economies. *Economics*, 12(2), 145–162. <https://doi.org/10.2478/eoik-2024-0016>
- Hilson, G., Hilson, A., & Maconachie, R. (2018). Opportunity or necessity? Conceptualizing entrepreneurship at African small-scale mines. *Technological Forecasting and Social Change*, 131, 286–302. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.008>
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship* (5th ed.). Boston: Irwin/McGraw Hill. <https://pt.annas-archive.org/md5/17bbd0e687866eb22a536bf50063528b>

- Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)
- INE-Angola. (2021). *Indicadores de Emprego e Desemprego: Inquérito ao Emprego em Angola - Relatório Anual 2020*. <https://www.ine.gov.ao/publicacoes/detalhes/OQ%3D%3D>
- INE-Angola. (2023a). *Inquérito ao Emprego em Angola - Relatório Anual 2021*. <https://www.ine.gov.ao/publicacoes/detalhes/MTEyODE%3D>
- INE-Angola. (2023b). *Inquérito ao Emprego em Angola - Relatório Anual 2022*. <https://www.ine.gov.ao/publicacoes/detalhes/MTYyODg%3D>
- Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J. (2013). Entrepreneur motivations and life course. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 31(1), 34–56. <https://doi.org/10.1177/0266242611401444>
- Jonathan, E. G. (2011). Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. *Psicologia Clínica*, 23(1), 65–85. <https://doi.org/10.1590/S0103-56652011000100005>
- Kai, F. O., & Queiroz, A. R. A. (2022). Revisão sistemática sobre empreendedorismo e empoderamento feminino na base de dados da Web of Science. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 10(2), 16–29. <https://doi.org/10.32888/cge.v10i2.55753>
- Kaniaki, H. (2023). Desvalorização do kwanza e subida da inflação abrem a porta à recessão. In *Jornal Expansão*. <https://expansao.co.ao/economia/interior/desvalorizacao-do-kwanza-e-subida-da-inflacao-abrem-a-porta-a-recessao-114766.html>
- Khavul, S., Bruton, G. D., & Wood, E. (2009). Informal Family Business in Africa. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(6), 1219–1238. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00342.x>
- Lucas, C. da S., & Ancelmo, L. A. (2022). Os desafios do empreendedorismo feminino. *Research, Society and Development*, 11(17), e113111738299. <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i17.38299>
- Mishler, E. G. (1991). Language, Meaning, and Narrative Analysis. In E. G. Mishler (Ed.), *Research Interviewing* (pp. 66–116). Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv26070x9.8>
- Moutinho, K., & Conti, L. De. (2016). Análise Narrativa, Construção de Sentidos e Identidade. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 32(2). <https://doi.org/10.1590/0102-3772e322213>
- ONU. (2015). *Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*. <https://brasil.un.org/sites/default/files/2020-09/agenda2030-pt-br.pdf>
- Pereira, R., Maia, R., & Omar, M. N. (2021). Empreendedorismo em África: A derradeira esperança? *Janus: Anuário de Relações Exteriores*, 20, 54–55. <http://hdl.handle.net/10071/23491>
- Pereyra, M., Aboal, D., & Rovira, F. (2021). How effective are training and mentorship programs for entrepreneurs at promoting entrepreneurial activity? An impact evaluation. *SN Business & Economics*, 1(7), 97. <https://doi.org/10.1007/s43546-021-00102-4>
- Rosa, D. da S. (2018). *Empreendedorismo Feminino: Características do Envolvimento Feminino no Processo Empreendedor - Evidências do Brasil e Portugal* [Dissertação do Mestrado, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto]. <http://hdl.handle.net/10400.22/13083>
- Santos, D. A. dos, Schmidt, C. M., Cielo, I. D., Wenningkamp, K. R., & Sanches Canevesi, F. C. (2020). Empreendedorismo Feminino. *Connection Scientific Journal*, 3(3), 22–37. <https://doi.org/10.51146/csj.v3i3.28>
- Savitaca, B. C. (2017). *Financiamento das micro, pequenas e médias empresas: uma análise às empresas da província do huambo em angola* [Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia da Universidade



de Coimbra].

<https://hdl.handle.net/10316/82051>

Silva, M. S. da, Lasso, S. V., & Mainardes, E. W. (2016). Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil. *Gestão e Desenvolvimento*, 13(2), 150–167.

<https://doi.org/https://doi.org/10.25112/rgd.v13i2.370>

Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 10(1), 44–64. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v10i1.855>

Troco, M. G. (2018). *Política de apoio ao empreendedorismo em Angola: o caso da província do Moxico* [Dissertação de Mestrado, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa]. <http://hdl.handle.net/10071/17065>

Muhusso, B. (2026). O empreendedorismo empresarial feminino: características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras na Cidade do Luena (Moxico, Angola)